



**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
SMARTPHONE XIAOMI
(STUDI KASUS DI KABUPATEN KUDUS)**

Oleh:

**ANDY MEYRINA PUTRA
2013-11-266**

**FAKULTAS EKONOMI
PROGAM STUDI MANAJEMEN
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
2017**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN MEREK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA *SMARTPHONE* XIAOMI
(STUDI KASUS DI KABUPATEN KUDUS)**

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi
Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus

Kudus, Agustus 2017

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen

Pembimbing I



Agung Subono, SE, M.Si
NIDN.0520017602



Dr. Drs. Ag. Sunarno H, SH. S.Pd. MM
NIDN. 0026065516

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi

Pembimbing II



Dr. H. Mochamad Edris, Drs. MM
NIDN. 0618066201

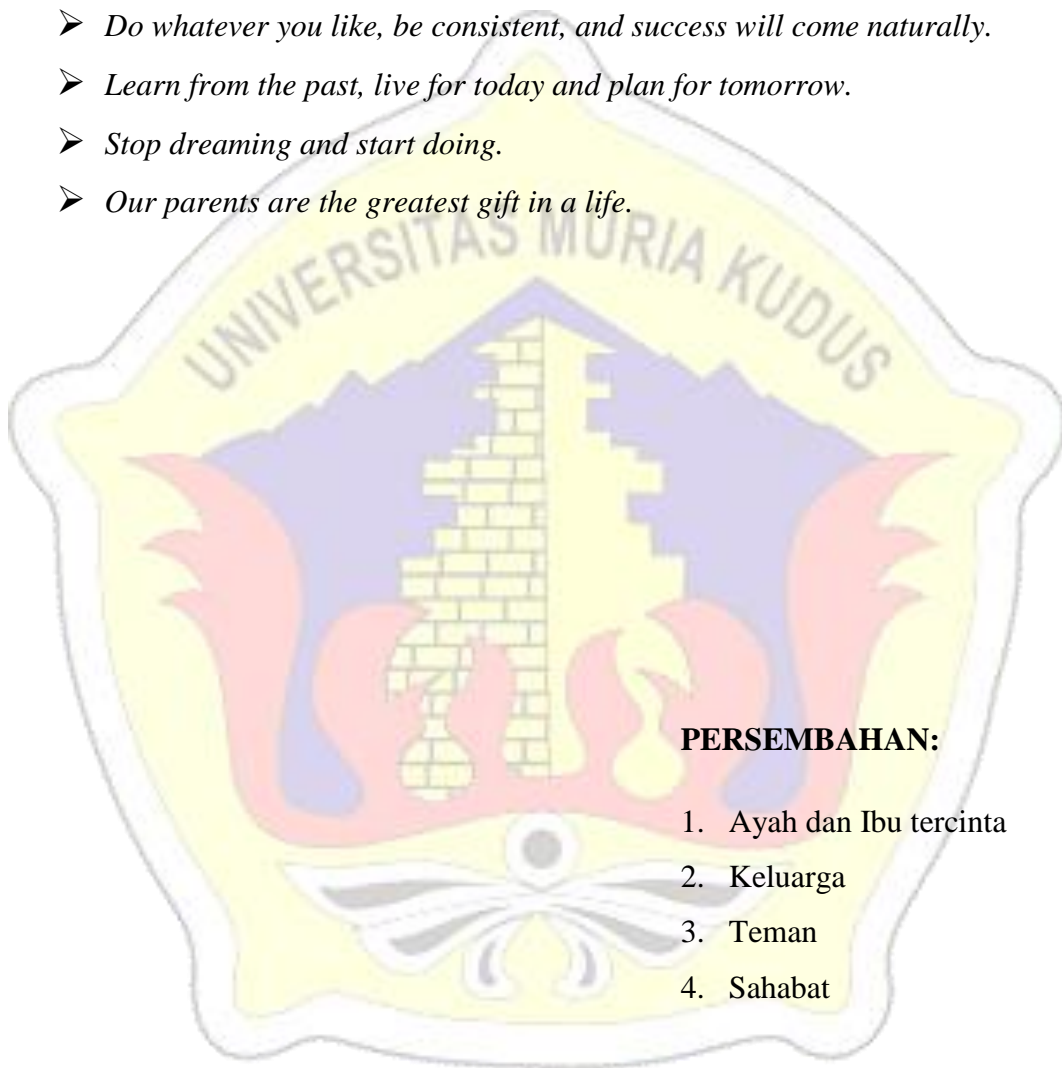


Indah Dwi Prasetyaningrum, SE. MM
NIDN. 0022038001

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO:

- *Always be yourself and never be anyone else even if they look better than you.*
- *Do whatever you like, be consistent, and success will come naturally.*
- *Learn from the past, live for today and plan for tomorrow.*
- *Stop dreaming and start doing.*
- *Our parents are the greatest gift in a life.*



PERSEMBAHAN:

1. Ayah dan Ibu tercinta
2. Keluarga
3. Teman
4. Sahabat

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan anugerahNya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Merek terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi (Studi Kasus di Kabupaten Kudus). Skripsi ini sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan Program Sarjana I Strata Satu (S1) Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus Jurusan Manajemen. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa tanpa adanya bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, skripsi ini tidak dapat diselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan penghargaan dan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Suparno, SH, M.S. selaku Rektor Universitas Muria Kudus.
2. Bapak Dr. H. Mochamad Edris, Drs, MM. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus dan seluruh staf pengajar yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan yang berguna, sehingga penyusunan skripsi ini dapat diselesaikan.
3. Bapak Dr. Drs. Ag Sunarno S, SH, S.Pd, MM. selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, petunjuk serta saran yang sangat berharga dalam penyusunan skripsi.
4. Ibu Indah Dwi Prasetyaningrum, SE, MM. selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, petunjuk serta saran yang sangat berharga dalam penyusunan skripsi.
5. Ibu, bapak, dan keluarga besar yang telah memberikan doa dan dukungan kepada penulis.
6. Sahabat-sahabat seperjuangan FE UMK yang telah memberi doa, bantuan dan dukungan serta telah memberikan banyak pengalaman yang berharga.
7. Sahabat-sahabat lainnya yang tidak dapat disebutkan satu-satu, terima kasih atas doa dan dukungannya.
8. Segenap karyawan UMK yang selalu memberi bantuan.

Penulis sadar bahwa dalam skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun untuk perbaikan dan kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca. Amin.

Kudus, 2017

Penulis,

Andy Meyrina Putra

NIM. 2013-11-266



**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN MEREK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA SMARTPHONE XIAOMI
(STUDI KASUS DI KABUPATEN KUDUS)**

**Andy Meyrina Putra
2013-11-266**

Pembimbing : 1. Dr.Drs.Ag Sunarno S,SH.S.Pd.MM
2. Indah Dwi Prasetyaningrum, SE, MM

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FAKULTAS EKONOMI PROGRAM STUDI MANAJEMEN
2017**

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh masing-masing variabel Kualitas Produk (X_1), Harga (X_2) dan Merek (X_3) terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada smartphone Xiaomi di Kabupaten Kudus. Dalam penelitian ini, data dikumpulkan melalui metode kuesioner terhadap 75 responden pengguna smartphone Xiaomi di Kabupaten Kudus untuk mengetahui tanggapan responden terhadap masing-masing variabel. Kemudian dilakukan analisis terhadap data-data yang diperoleh berupa analisis kuantitatif meliputi uji validitas dan reliabilitas, uji hipotesis lewat uji t dan uji F serta uji koefisien determinasi $R Square$. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda yang berfungsi membuktikan hipotesis penelitian.

Hasil analisis menunjukkan bahwa secara parsial ketiga variabel kualitas produk, harga dan merek memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.. Pengujian hipotesis menggunakan uji t menunjukkan bahwa ketiga variabel independen yang diteliti terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen keputusan pembelian. Kemudian melalui uji F dapat diketahui bahwa variabel Kualitas Produk, Harga dan Merek berpengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama dalam keputusan pembelian. Angka *Adjusted R Square* sebesar 0,741 yang menunjukkan bahwa 74,1% variansi keputusan pembelian bisa dijelaskan oleh ketiga variabel independen yang digunakan dalam persamaan regresi. Sedangkan sisanya sebesar 25,9% dijelaskan oleh variabel lain diluar ketiga variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Harga, Merek, Keputusan Pembelian, Smartphone Xiaomi.

THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, PRICE, AND BRAND ON THE PURCHASE DECISION (STUDY ON DISTRICT KUDUS)

Andy Meyrina Putra
2011-11-266

Advisors : 1. Dr.Drs.Ag Sunarno S,SH.S.Pd.MM
 2. Indah Dwi Prasetyaningrum, SE, MM

MURIA KUDUS UNIVERSITY
ECONOMICS FACULTY MANAGEMENT DEPARTMENT
2017

The purpose of this study is to determine the effect of each variable Product Quality (X_1), Price (X_2) and brand (X_3) on Purchase Decision (Y) in smartphone Xiaomi on district Kudus. In this study, the data collecting is by questionnaires to 75 respondents of customers produced smartphone Xiaomi on district Kudus to know the response of the respondents to each variable. The data analysis of this study is quantitative analysis included validity and reliability, test hypotheses by t test, F test and R Square determination coefficient test. The data analysis technique is using multiple linear regression analysis which is to prove the hypothesis of the study.

The results of the analysis shows that the partial three variables of product quality, price and brand have a positive and significant effect on customer satisfaction. Hypothesis testing using t test and shows that three independent variables prove positive and significant effect on the dependent variable purchase decision. Then by the F test shows that the variables of Product Quality, Price and Brand have significant positive effect on Purchase Decision. Adjusted R Square of 0.741 indicates that 74.1% of purchase decision variation can be explained by the three independent variables used in the regression equation. The rest of 25.9% is by other variables beside the three variables used in this study.

Keywords: Product Quality, Price, Brand, Purchase Decision, Smartphone Xiaomi.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAKSI	vi
ABSTRACT.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Ruang Lingkup.....	4
1.3 Rumusan Masalah	5
1.4 Tujuan Penelitian	5
1.5 Manfaat Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	
2.1 Definisi Manajemen Pemasaran.....	7
2.2 Kualitas Produk.....	8
2.3 Harga	10
2.4 Merek	14
2.5 Keputusan Pembelian.....	17
2.6 Hubungan antar Variabel	20
2.7 Penelitian Terdahulu	21
2.8 Kerangka Pemikiran Teoritis	25
2.9 Hipotesis.....	26
BAB III METODE PENELITIAN.....	
3.1 Rancangan Penelitian	27
3.2 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	28
3.2.1 Variabel Penelitian	28
3.2.1.1 Variabel Dependen.....	28
3.2.1.2 Variabel Independen	28
3.3 Definisi Operasional.....	28
3.4 Jenis dan Sumber Data	31
3.5 Penentuan Populasi dan Sampel.....	32

3.5.1	Populasi	32
3.5.2	Sampel	32
3.6	Metode Pengumpulan Data	33
3.7	Pengolahan Data	33
3.7.1	Proses Editing	33
3.7.2	Proses Coding	33
3.7.3	Proses Scoring	34
3.7.4	Proses Tabulating	34
3.8	Uji Instrumen	34
3.8.1	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	34
3.8.1.1	Uji Validitas	34
3.8.1.2	Uji Reliabilitas	35
3.9	Uji Asumsi Klasik	35
3.9.1	Uji Normalitas	35
3.9.2	Uji Heteroskedastisitas	36
3.9.3	Uji Multikolineritas	37
3.10	Metode Analisis Data	37
3.10.1	Analisis Deskriptif	37
3.10.2	Analisis Kuantitatif	38
3.10.2.1	Analisis Regresi	38
3.10.2.2	Uji Hipotesis Parsial	38
3.10.2.3	Uji Hipotesis Berganda	39
3.10.2.4	Koefisien Determinasi (<i>Adjusted RSquare</i>)	40
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		
4.1	Profil Perusahaan	42
4.1.1	Sejarah Perusahaan Xiaomi	42
4.1.2	Pemasaran Produk Xiaomi	45
4.2	Kajian Data	47
4.2.1	Karakter Responden	47
4.2.2	Variabel Penelitian	49
4.3	Analisis Kuantitatif	52
4.3.1	Uji Validitas dan Reliabilitas	52
4.3.1.1	Uji Validitas	53
4.3.1.2	Pengujian Reliabilitas	54
4.3.2	Uji Asumsi Klasik	55
4.3.2.1	Uji Normalitas	55
4.3.2.2	Uji Heteroskedastisitas	56
4.3.2.3	Uji Multikolineritas	57
4.3.3	Statistik Deskriptif	57
4.3.4	Analisis Regresi Linier Berganda	59
4.4	Pembahasan	64
4.4.1	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	64
4.4.2	Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian	65
4.4.3	Pengaruh Merek terhadap Keputusan Pembelian	66

4.4.4 Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Merek terhadap Keputusan Pembelian.....	68
BAB V PENUTUP.....	70
5.1 Kesimpulan	70
5.2 Saran-saran.....	71
DAFTAR PUSTAKA	72
LAMPIRAN.....	73



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	52
Tabel 4.2 Uji Responden.....	53
Tabel 4.3 Status Responden	53
Tabel 4.4 Tanggapan Responden tentang Kualitas Produk	54
Tabel 4.5 Tanggapan Responden tentang Harga.....	55
Tabel 4.6 Tanggapan Responden tentang Merek.....	56
Tabel 4.7 Tanggapan Responden tentang Keputusan Pembelian	57
Tabel 4.8 Hasil Pengujian Validitas Uji Try Out.....	58
Tabel 4.9 Hasil Pengujian Validitas Variabel Penelitian	59
Tabel 4.10 Hasil Pengujian Reliabilitas	59
Tabel 4.11 Statistik Deskriptif Variabel Penelitian.....	60
Tabel 4.12 Uji Multikolinieritas.....	64
Tabel 4.13 Analisis Regresi Linier Berganda	64
Tabel 4.14 Hasil Uji Determinasi.....	66
Tabel 4.15 Hasil Uji	66
Tabel 4.16 Uji t (Uji Parsial).....	67

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
2.1 Model Lima Tahap Proses Pembelian Konsumen	17
2.2 Kerangka Pemikiran Teoritis	27
4.1 Uji Normalitas	62
4.2 Uji Heteroskedastisitas	63

